

ність полягає в необхідності дотримання основних принципів : планування повинні займатися ті, хто потім буде впроваджувати в життя розроблені плани, чітке та адаптивне планування, своєчасне реагування на зміни у зовнішньому середовищі підприємства.

3. Впровадити систему яка сприяє участі працівників у прибутках підприємства. Завдяки даному підходу буде забезпечено стабільний розвиток підприємства, зростання та покращення добробуту працівників.

Антикорупційна програма юридичної особи має містити чіткі практичні рекомендації з різних процедур, які юридична особа вживає для запобігання корупції у своїй діяльності шляхом впровадження ефективного правового механізму дотримання вимог законодавства.

Антикорупційною програмою Харківського будівельного підприємства ПАТ «Трест Житлобуд-1» є комплекс правил, стандартів і процедур щодо виявлення, протидії та запобігання корупції у господарській діяльності підприємства.

ОСОБЛИВОСТІ РЕПУТАЦІЙНОГО АУДИТУ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ВОДОПОСТАЧАННЯ ТА ВОДОВІДВЕДЕННЯ

Карпенко С.С.

Науковий керівник – Мізік Ю.І., канд. екон. наук, доцент

Саме репутація підприємства являється одним із важливих нематеріальних ресурсів підприємства та дає уявлення про підприємство у суб'єктів зовнішнього середовища за наслідками минулих подій та дозволяє отримати довгострокові конкурентні переваги. Розвиток теорії управління та теорії конкуренції стимулює пошук нових конкурентних переваг підприємства та нових ресурсів, використання яких сприяє довгостроковому стабільному функціонуванню підприємства, його розвитку в умовах мінливого зовнішнього середовища. Перевагами нематеріальних активів і ресурсів для забезпечення конкурентоспроможності підприємства виступають їхня унікальність, часто невідчужуваність від підприємства, неможливість або виключна складність копіювання тощо. Таким чином, все більш важливим стає розвиток та покращення системи репутаційного менеджменту на підприємстві який займається формуванням, підтримкою і захистом репутації, що базуються на реальних досягненнях організації і спрямований на її перспективний розвиток.

Розглядати репутаційний менеджмент у відриві від репутаційного аудиту не можна. Необхідність в репутаційному аудиті, як правило, виникає у великих підприємствах водопостачання та водовідведення,

які стикаються з різними групами стейкхолдерів. Як правило, репутаційний аудит спрямований на виявлення рівня інформованості аудиторії про діяльність підприємства, існуючих думок, в тому числі ділової преси, емоційного фону, навколишнього середовища. Репутаційний аудит включає в себе як фінансовий, так і не фінансовий аспект. Репутаційний аудит необхідний для ефективного комунікаційного менеджменту, управління каналами комунікації підприємства з її цільовими групами. Одне із завдань управління репутацією компанії полягає в тому, щоб привести до одноманітності картину сприйняття компанії клієнтами, партнерами, співробітниками та експертним співтовариством. Мета аналізу репутації підприємства - отримати реальну картину комунікаційного поля, в якому існує компанія, щоб мати можливість визначити ключові фактори ризику та своєчасно скоригувати методи комунікації та ключові повідомлення.

Репутаційний аудит дозволяє зрозуміти, наскільки відома компанія, яка довіра до неї проявляється, які позитивні і негативні сторони бачать стейкхолдери, чи не занадто псують вам репутацію ваші ж співробітники, яких щось не влаштовує в роботі компанії.

Зовнішній репутаційний аудит має на увазі: аналіз частоти згадувань компанії в ЗМІ; складання загального портрета підприємства на підставі інформації про нього в пресі; визначення ступеня, характеру і джерел поінформованості цільової аудиторії про діяльність підприємства; вивчення оцінки якості послуг споживачами і наглядовими органами; дослідження експертних думок щодо перспектив розвитку підприємства та його нинішньому місці на ринку.

Цей список можна доповнювати і далі в залежності від широти охоплення зовнішніх каналів інформації. Зокрема, можна включити сюди опитування громадських і політичних організацій, щоб дізнатися, як оцінюється соціальна діяльність комунальних підприємств, її значимість для регіону.

Внутрішній репутаційний аудит – це збір інформації про задоволеність співробітників підприємства умовами праці; оцінка ступеня розуміння колективом цілей і завдань компанії, а також основних аспектів її діяльності; аналіз думок про інформаційну, соціальну, кадрову політику всередині компанії; визначення проблем адаптації нових співробітників; складання портретів керівництва компанії на підставі думок працівників; виявлення неформальних лідерів колективу; оцінка внутрішньокорпоративного клімату співробітниками.

Репутаційний аудит як регулярний і незалежний комплексний аналіз (перевірка) поточної репутації та стану системи управління репутацією експертами з використанням кількісних і якісних методів

дослідження грає важливу роль в забезпеченні високого рівня розвитку та підтримці репутаційного менеджменту підприємств водопостачання та водовідведення.

Дослідження практики діяльності комунальних підприємств України показали, що чим більше підприємство, тим складніше підтримувати і розвивати його репутацію, а отже, тим більш свідомою і плановою повинна бути політика в сфері репутаційного менеджменту, який не можна розглядати у відриві від репутаційного аудиту. Комплексна програма якого дозволяє отримати максимально повну інформацію, яка стає основою системи корпоративного комунікаційного менеджменту підприємства і дає можливість використовувати її для подальшого розвитку репутації підприємства.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДОЛОГІЧНИХ ПРИНЦИПІВ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПРИКЛАДІ КП «ВОДОКАНАЛ»

Тесля К.Б., Мягкоголова К.В.

Науковий керівник – Карпушенко М.Ю., канд. екон. наук, доцент

Підвищення ефективності використання основних засобів на підприємстві є одним з основних питань у період переходу до ринкових відносин. Вирішення цієї проблеми впливає на фінансовий стан підприємства, конкурентоспроможність його продукції на ринку.

На бухгалтерський облік покладено завдання поліпшити управління і контроль за збереженням основних засобів та зміцненням фінансового стану підприємства, підвищенням ефективності діяльності та зменшенням ризику втрати коштів через непередбачені дії.

У сучасних умовах важливо враховувати норми міжнародних стандартів. Аналізуючи національні та міжнародні стандарти, які регулюють облік основних засобів, спостерігаються такі відмінності:

МСБО 16 не уточнює, що є об'єктом основних засобів. Належність окремих видів майна до основних засобів визначається на підставі професійної думки бухгалтера з урахуванням конкретних обставин і умов експлуатації об'єкта;

МСБО 16 передбачена можливість об'єднання окремих активів (наприклад, шаблонів, інструментів і штампів тощо) в один об'єкт основних засобів, національні ж стандарти таку можливість виключають.

Спільними методами нарахування амортизації у П(С)БО і у МСБО є: прямолінійний та виробничий (метод суми одиниць продукції). Проте в П(С)БО є ще три методи: зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивний, а МСБО